

## **Penyuluhan Digital Marketing Gula Aren untuk Peningkatan Pendapatan Keluarga dan Pencegahan Stunting di Air Abang Ulu Belu Tanggamus**

**Aditia Arief Firmanto<sup>1</sup>, Eka Yudha Chrisanto<sup>2</sup>, Agus Trioko<sup>3</sup>, Rizky Andrian<sup>4</sup>, Laila Safitri<sup>5</sup>,  
Faqih Al Mubarak<sup>6</sup>, Rizka Gustri Yani<sup>7</sup>, Pradita Dwi Cahyaningsih<sup>8</sup>, Meli Trisnawati<sup>9</sup>,  
Laras Uli Uliyah<sup>10</sup>, Azzah Ghardah Al Jabbar<sup>11</sup>, Santosa<sup>12</sup>, Waya Albelianda<sup>13</sup>,  
Anggi Oktaviana<sup>14</sup>, Gustamam<sup>15</sup>, Dhea Putri<sup>16</sup>, Tessa Aprida<sup>17</sup>, Jailani<sup>18</sup>, Devi Haryanti<sup>19</sup>,  
Puspa Indah<sup>20</sup>, Selvia Fitriani<sup>21</sup>, Erin Ica Lorensa<sup>22</sup>, Nuryasin<sup>23</sup>.**

[aditia@malahayati.ac.id](mailto:aditia@malahayati.ac.id), [ekayudha@malahayati.ac.id](mailto:ekayudha@malahayati.ac.id), [b47043692@gmail.com](mailto:b47043692@gmail.com),  
[rizkyandrian527@gmail.com](mailto:rizkyandrian527@gmail.com), [laylasapitri5677@gmail.com](mailto:laylasapitri5677@gmail.com), [faqihalmubarakk@gmail.com](mailto:faqihalmubarakk@gmail.com),  
[rzkagstri@gmail.com](mailto:rzkagstri@gmail.com), [cahyaningsihpraditadwi@gmail.com](mailto:cahyaningsihpraditadwi@gmail.com), [mellytrisnawati03@gmail.com](mailto:mellytrisnawati03@gmail.com),  
[larasuli004@gmail.com](mailto:larasuli004@gmail.com), [azzahghardah17@gmail.com](mailto:azzahghardah17@gmail.com), [santosairawan20@gmail.com](mailto:santosairawan20@gmail.com),  
[wayaalbelianda95@gmail.com](mailto:wayaalbelianda95@gmail.com), [anggioktaviana@gmail.com](mailto:anggioktaviana@gmail.com), [masroxmamat@gmail.com](mailto:masroxmamat@gmail.com),  
[dheaputribta2019@gmail.com](mailto:dheaputribta2019@gmail.com), [tessa1aprida15@gmail.com](mailto:tessa1aprida15@gmail.com), [jailaniajai45@gmail.com](mailto:jailaniajai45@gmail.com),  
[deviharyanti027@gmail.com](mailto:deviharyanti027@gmail.com), [indahpuspa962@gmail.com](mailto:indahpuspa962@gmail.com), [selviafitriani09@gmail.com](mailto:selviafitriani09@gmail.com),  
[erinlorensa82@gmail.com](mailto:erinlorensa82@gmail.com), [nuriyasin333@gmail.com](mailto:nuriyasin333@gmail.com).

<sup>1-23</sup>Fakultas Hukum, Universitas Malahayti, Lampung

---

**Abstract:** *This community service program was carried out in Pekon Air Abang to address the limited knowledge of local communities regarding digital marketing for palm sugar products. The main objective was to enhance the community's understanding and skills in utilizing digital marketing strategies to improve product competitiveness, increase household income, and support stunting prevention efforts. The program applied a combination of lectures, simulations, and interactive discussions, allowing participants to engage actively with the material. To measure the effectiveness of the activities, pre-tests and post-tests were administered, and participants' knowledge was classified into three levels: well-understood, fairly understood, and not understood. The results showed a significant improvement in community knowledge after the intervention. Most participants, who initially demonstrated a lack of understanding, were able to recognize the importance of digital marketing and identify practical strategies for promoting palm sugar products through online marketplaces.*

**Keywords:** *Penyuluhan, Pemasaran Digital, Gula Aren, UMKM.*

## **Pendahuluan**

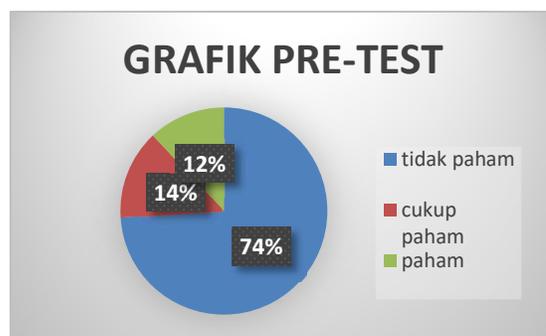
Perkembangan teknologi digital saat ini telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan, khususnya dalam bidang pemasaran produk lokal. Pemasaran digital merupakan strategi yang efektif dalam menjangkau konsumen secara lebih luas melalui pemanfaatan teknologi internet dan platform marketplace (Manurung, 2024; Saputri et al., 2023). Pemanfaatan digital marketing tidak hanya relevan bagi perusahaan besar, tetapi juga dapat menjadi solusi bagi masyarakat pedesaan untuk mengoptimalkan potensi produk lokal yang dimiliki, termasuk produk gula aren yang merupakan salah satu komoditas unggulan di berbagai daerah Indonesia.

Gula aren memiliki nilai ekonomi yang tinggi dan telah terbukti menjadi salah satu produk yang berpotensi meningkatkan pendapatan masyarakat pedesaan (Baswara et al., 2025; Umyati & Fawzah, 2025). Namun, keterbatasan pengetahuan dalam pemasaran dan akses pasar sering kali membuat produk lokal kurang dikenal di pasar yang lebih luas. Di sinilah pentingnya penyuluhan digital marketing berbasis marketplace, yang dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat tentang cara memasarkan produk melalui platform daring seperti Tokopedia, Shopee, atau Bukalapak. Dengan adanya penyuluhan ini, masyarakat diharapkan mampu meningkatkan daya saing produk, memperluas jangkauan pasar, serta memperoleh pendapatan yang lebih stabil.

Lebih jauh, peningkatan pendapatan keluarga melalui pemasaran produk gula aren juga memiliki kaitan erat dengan upaya pencegahan stunting. Menurut Kementerian Kesehatan RI (2021), salah satu faktor utama penyebab stunting adalah rendahnya pendapatan keluarga yang berdampak pada keterbatasan akses pangan bergizi. Dengan meningkatnya penghasilan dari pemasaran gula aren secara digital, keluarga memiliki peluang lebih besar untuk memenuhi kebutuhan gizi anak, sehingga mendukung program nasional percepatan penurunan stunting (Arif et al., 2020; Gobang & Fil, 2024; Rosalia et al., 2025).

Program penyuluhan digital marketing di Air Abang Ulu Belu, Tanggamus, menjadi salah satu langkah strategis dalam memberdayakan masyarakat. Adopsi teknologi baru dapat mempercepat perubahan sosial dan ekonomi apabila didukung dengan edukasi dan pendampingan (Arifin et al., 2025; Kusnanto et al., 2024; Sofia et al., 2022). Oleh karena itu, penyuluhan ini tidak hanya berfungsi sebagai peningkatan kapasitas pemasaran masyarakat, tetapi juga sebagai program unggulan yang mendukung kesejahteraan keluarga dan kesehatan generasi mendatang.

Hasil dari pre test dan post test yang diberikan sebelum kegiatan pengabdian Masyarakat di pekan Air abang kecamatan ulubelu Tanggamus di ketahui bahwa tingkat pemahaman Masyarakat pekan Air Abang masih cukup rendah yaitu Sekitar 74% Masyarakat tidak paham mengenai pemasaran umkm berbasis marketplace serta hanya 12% Selain itu terdapat juga 14% Masyarakat yang cukup paham. Data tersebut dapat dilihat secara jelas dalam grafik yang menunjukkan distribusi tingkat pemahaman masyarakat terhadap Pemasaran UMKM berbasis Marketplace.



Gambar 1 grafik pre-test

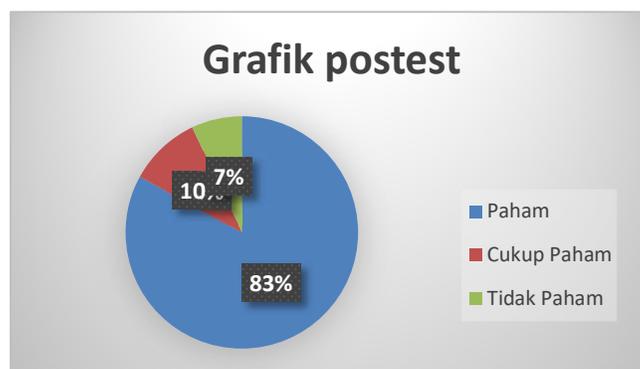
Grafik diatas memperlihatkan mayoritas masyarakat pekan Air Abang tidak paham terhadap pemasaran UMKM berbasis marketplace. Hal ini tercermin terhadap data yang disajikan dalam grafik pre-test yang diambil sebelum dilakukannya pengetahuan sosialisasi ini. mengidentifikasi minimalnya adanya kesenjangan informasi yang signifikan antara materi pemasaran UMKM berbasis marketplace yang berlaku dan pemahaman praktis masyarakat pekan Air Abang.

Berangkat dari rendahnya pemahaman masyarakat terkait pemasaran UMKM berbasis marketplace mahasiswa kkl ppm universitas malahayati melakukan pengabdian masyarakat, hasil dari pre-test yang diberikan sebelum kegiatan pengabdian masyarakat di pekan Air Abang Kecamatan Ulubelu, Tanggamus diketahui bahwa tingkat pemahaman masyarakat pekan Air Abang, terhadap pemasaran UMKM berbasis market place masih rendah. Sekitar 74% masyarakat tidak paham mengenai pemasaran UMKM berbasis market place serta hanya 12% masyarakat yang paham mengenai pemasaran UMKM berbasis market place. Selain itu terdapat juga 14% masyarakat yang cukup paham, data tersebut dapat dilihat secara jelas dalam grafik yang menunjukkan distribusi tingkat pemahaman masyarakat terhadap pemasaran UMKM berbasis market place.

Peningkatan kapasitas masyarakat dalam pemasaran digital tidak hanya

berdampak pada aspek ekonomi, tetapi juga memiliki kaitan erat dengan perbaikan kesejahteraan keluarga, khususnya dalam konteks pencegahan stunting (Solihah et al., 2025; ZAKARIA et al., 2025). Stunting masih menjadi salah satu permasalahan kesehatan masyarakat yang disebabkan oleh kurangnya asupan gizi dalam jangka panjang, yang sering kali berkorelasi dengan rendahnya tingkat pendapatan keluarga (Ernawati, 2020; Nurmalasari et al., 2020; Yuwanti et al., 2021). Melalui penyuluhan digital marketing, masyarakat diharapkan dapat meningkatkan pendapatan dari kegiatan UMKM, sehingga mampu memenuhi kebutuhan gizi anak secara lebih baik. Dengan demikian, kegiatan pengabdian ini tidak hanya bertujuan meningkatkan literasi digital masyarakat, tetapi juga mendukung upaya pencegahan stunting di Pekon Air Abang secara berkelanjutan.

Dengan pemahaman yang baik mengenai cara memasarkan Gula Aren melalui platform online seperti marketplace, media sosial, dan e-commerce, masyarakat dapat mengoptimalkan potensi usaha yang dimiliki. Peningkatan keterampilan ini secara langsung dapat berdampak pada peningkatan pendapatan keluarga, yang merupakan faktor penting dalam mendukung ketahanan ekonomi rumah tangga. Selain itu, kegiatan ini mendorong kemandirian ekonomi desa dan membuka peluang kolaborasi antara pelaku UMKM dengan berbagai pihak, termasuk pemerintah dan sektor swasta.



Grafik 2 postest

Hasil post test menunjukkan capaian yang sangat menggembirakan dan mencerminkan keberhasilan pendekatan pembelajaran yang digunakan. Sebanyak 83% peserta menunjukkan tingkat pemahaman yang tinggi terhadap materi yang diberikan. Sementara itu, 10% peserta berada pada kategori cukup paham, yang menunjukkan bahwa sebagian besar peserta mampu menyerap inti materi dengan baik. Hanya 7% peserta yang masih mengalami kesulitan dalam memahami materi secara utuh. Hal ini menjadi catatan penting untuk evaluasi dan perbaikan metode penyampaian agar ke depannya dapat mengakomodasi seluruh kebutuhan

peserta secara lebih merata. Secara keseluruhan, hasil ini memberikan gambaran positif terhadap efektivitas program yang telah dilaksanakan dan menjadi motivasi untuk terus meningkatkan kualitas pembelajaran kepada Masyarakat Pekon Air Abang.

Tujuan dari diadakannya Pengabdian Masyarakat oleh Mahasiswa KKL-PPM kelompok 55 Universitas Malahayati adalah memberikan kesadaran secara langsung kepada Masyarakat pekon Air Abang mengenai pentingnya digital marketing untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat pekon Air Abang, yang sejalan dengan program pemerintah dan sesuai dengan visi misi dari program KKL-PPM Universitas Malahayati

### **Metode**

Metode ceramah dan diskusi interaktif yang diterapkan dalam pengabdian masyarakat ini dipilih karena mampu menciptakan suasana pembelajaran yang kondusif dan interaktif. Ceramah memungkinkan penyampaian materi secara terstruktur dan sistematis sehingga peserta memperoleh gambaran lengkap mengenai konsep digital marketing marketplace (Hasanah & Monica, 2023; Parti, 2024). Diskusi interaktif melibatkan partisipasi aktif masyarakat, memungkinkan mereka mengajukan pertanyaan dan berbagi pengalaman yang relevan, sehingga materi dapat lebih mudah dipahami dan diinternalisasi.

Simulasi praktik secara langsung dalam penggunaan platform marketplace juga menjadi bagian penting dari metode ini, memberikan pengalaman nyata dalam mengaplikasikan teori ke dalam praktik sehari-hari. Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan pemahaman teori, tetapi juga membangun keterampilan teknis yang diperlukan agar masyarakat dapat lebih percaya diri dan mandiri dalam memasarkan produk gula aren secara digital. Selain itu, pelaksanaan metode secara offline dengan jumlah peserta yang terbatas memudahkan pemateri untuk memberikan perhatian personal dan memantau langsung respon serta perkembangan pemahaman peserta. Hal ini juga memberikan kesempatan bagi peserta untuk memperoleh bimbingan yang lebih intensif dan solusi atas kendala yang mereka hadapi secara real-time.

Keberhasilan metode ini tampak dari peningkatan hasil post test yang signifikan. Dengan memadukan ceramah, diskusi, dan simulasi, program pengabdian mampu mengakomodasi berbagai gaya belajar masyarakat sekaligus memotivasi mereka untuk terus mengembangkan kemampuan digital marketing secara berkelanjutan.

Pengabdian Masyarakat dilakukan secara offline dalam bentuk pemaparan materi

interaktif oleh 2 orang pemateri yaitu: Rizky Andrian dan Laras Uli Uliyah, peserta diberikan kesempatan untuk bertanya dan berdiskusi mengenai permasalahan yang terkait dengan materi strategi pemasaran gula aren berbasis digital marketing. Sasaran dari kegiatan ini yaitu ibu-ibu Kelompok Warga Tani pekon Air Abang, Kecamatan Ulubelu terdiri dari 15 partisipan.

Pengabdian Masyarakat ini adalah Ceramah, simulasi serta diskusi aktif. Sebelum dan sesudah kegiatan masyarakat diberikan Pre-test dan post test untuk mengukur sejauh mana peningkatan pemahaman Masyarakat. Hasil pengukuran pengetahuan dikelompokkan menjadi 3 kategori yaitu: Paham ( nilai 100-70), Cukup Paham ( nilai 60-50) serta Tidak Paham ( nilai 50-0).

Evaluasi melalui Post Test dilakukan sebagai langkah untuk mengukur efektivitas penyampaian materi sekaligus menilai sejauh mana pemahaman masyarakat pekon Air Abang mengalami peningkatan pengetahuan setelah mengikuti kegiatan.4 Instrumen evaluasi ini disusun secara sistematis dengan menyesuaikan isi materi yang telah disampaikan selama sesi edukasi, mencakup pemahaman mengenai pentingnya digital marketing untuk meningkatkan penjualan produk gula aren guna mensejahterakan masyarakat pekon Air Abang.

Dari Hasil Post Test menunjukkan hasil yang sangat memuaskan dan mencerminkan keberhasilan pendekatan yang digunakan sebanyak 83% menunjukkan tingkat pemahaman yang tinggi terhadap materi yang diberikan, sementara 10% berada pada kategori cukup paham. Hanya 7% peserta yang masih mengalami kesulitan dalam memahami materi secara utuh dan secara efektif.

Selain pendekatan ceramah, diskusi, dan simulasi, dalam kegiatan ini juga diterapkan metode pembelajaran partisipatif yang mendorong masyarakat untuk aktif berbagi pengalaman dan berdiskusi secara kelompok guna meningkatkan pemahaman praktis tentang pemasaran digital. Pendekatan ini bertujuan membangun rasa saling percaya dan kolaborasi antar peserta sehingga terjadi transfer pengetahuan yang lebih efektif dan berkelanjutan.

Selain itu, materi yang disampaikan juga mencakup aspek etika digital dan perlindungan konsumen di marketplace, agar pelaku UMKM tidak hanya memahami cara pemasaran, tetapi juga memiliki kesadaran akan pentingnya menjaga integritas dan kepercayaan konsumen dalam bisnis online. Dengan demikian, program ini juga berkontribusi pada peningkatan kualitas dan profesionalisme UMKM dalam menghadapi persaingan pasar digital.

## **Pembahasan**

Tingkat Pengetahuan dan Pemahaman masyarakat terhadap Digital Marketing guna pemasaran gula aren merupakan aspek penting dalam pendapatan ekonomi upaya pencegahan stunting di lingkungan masyarakat Air Abang.6 Sayangnya realitas di lapangan menunjukkan bahwa banyak masyarakat belum memahami secara utuh apa yang dimaksud dengan Digital Marketing berbasis marketplace baik dalam bentuk, dampak maupun implikasi hukumnya.

Hasil Dari Pre-Test dapat dilihat pada grafik 1 menunjukkan bahwa mayoritas masyarakat pekon Air Abang tidak paham terhadap pemasaran digital berbasis market place . Minimnya pengetahuan mengindikasikan adanya kesenjangan informasi yang signifikan antara materi yang berlaku dan pemahaman praktis masyarakat pekon Air Abang.

Faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya pemahaman tersebut adalah kurangnya edukasi yang sistematis dan berbasis digital marketing di pekon Air Abang rendahnya pemahaman masyarakat terkait pengetahuan mengenai digital marketing berbasis marketplace serta minimnya keterlibatan langsung masyarakat pekon Air Abang dalam kegiatan edukatif berbasis digital marketing sangat penting untuk meningkatkan penjualan dan menunjang kesejahteraan masyarakat pekon Air Abang.

Kondisi ini menunjukkan bahwa rendahnya pemahaman masyarakat pekon Air Abang terhadap digital marketing masih sangat rendah bukan semata-mata karena kurangnya minat atau perhatian mereka, tetapi lebih pada kurangnya akses terhadap informasi mengenai penting nya srategi dan branding produk yang relevan, rendahnya keterbukaan lingkungan dalam mengakses informasi mengenai digital marketing dan serta belum adanya akses infromasi ataupun edukasi yang memadai untuk menydarkan Masyarakat penting nya digital marketing.

Upaya untuk meningkatkan pemahaman masyarakat dilakukan dengan cara Ceramah serta diskusi interaktif antara pemantik dan juga partisipan. Hasilnya sangat memuaskan, ditemukan peningkatan pemahaman masyarakat pekon Air Abang terkait pemahaman terhadap penting nya digital marketing terhadap penjualan UMKM gula aren yang dapat dilihat pada hasil post test pada grafik 2.

Kegiatan Pengabdian Masyarakat ini perlu dilanjutkan secara intensif dengan pendampingan oleh aparat desa agar masyarakat semakin sadar dan mampu menggunakan aplikasi serta strategi pemasaran digital yang telah diajarkan, serta mengetahui langkah yang

harus diambil jika mengalami permasalahan dalam penerapannya.

Optimalisasi digital marketing memberikan keunggulan bagi pengembangan usaha UMKM, seperti meningkatkan produktivitas, mengurangi biaya, dan memperluas cakupan inovasi. Kenaikan UMKM berdampak positif terhadap kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Secara keseluruhan, penyuluhan digital marketing marketplace ini sangat efektif dalam meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat, berdampak nyata pada peningkatan pendapatan keluarga, dan secara tidak langsung berkontribusi pada pencegahan stunting. Program ini memiliki potensi besar untuk menciptakan perubahan berkelanjutan dengan integrasi penguatan ekonomi dan kesehatan masyarakat.

Selain peningkatan pemahaman digital marketing, peningkatan kepercayaan diri masyarakat dalam menggunakan platform marketplace juga tampak signifikan setelah mengikuti penyuluhan ini, yang menjadi modal penting dalam pengembangan usaha gula aren secara mandiri. Kendala teknis seperti keterbatasan akses internet dan kurangnya perangkat pendukung menjadi tantangan yang perlu diatasi bersama agar implementasi digital marketing dapat berjalan optimal. Oleh karena itu, dukungan berkelanjutan dari pemerintah dan pihak terkait sangat diperlukan untuk menyediakan fasilitas dan pelatihan lanjutan guna memastikan keberlangsungan serta keberhasilan pemasaran digital UMKM di Pekon Air Abang.



Gambar 3. Ceramah menggunakan media ppt oleh pemateri

Berdasarkan hasil Pre Test sebagian besar masyarakat pekon Air Abang sebelumnya

belum memiliki pemahaman yang komprehensif mengenai pemasaran UMKM gula aren dan Kode Etik Bisnis hanya 12 % persen saja yang memiliki pemahaman terkait pemasaran gula aren. Namun, Setelah mengikuti pemaparan yang sistematis dan berbasis hukum, ada peningkatan pemahaman menjadi 83 % persen.

Pemberian Pemahaman pada Masyarakat pekon Air Abang dengan metode ceramah dan diskusi interaktif terbukti efektif dalam meningkatkan pengetahuan Masyarakat pekon Air Abang untuk Mengenalinya penting nya digital marketing untuk meningkatkan penjualan produk gula, serta memahamai berbagai bentuk srategi pemasaran apa saja yang harus di lakukan agar produk gula aren Air Abang dapat bersaing dengan produk gula aren lainnya.

Kolaborasi antara berbagai pihak, termasuk pemerintah desa, akademisi, pelaku usaha UMKM, dan platform marketplace, juga sangat diperlukan untuk menciptakan ekosistem yang mendukung kemajuan pemasaran digital produk lokal seperti gula aren. Sinergi ini dapat membuka peluang peningkatan kualitas produk, pengemasan, hingga pemasaran yang lebih profesional, sehingga produk gula aren Pekon Air Abang dapat bersaing di pasar nasional bahkan internasional.

Evaluasi berkala atas pelaksanaan program penyuluhan akan sangat bermanfaat untuk mengidentifikasi kebutuhan pelatihan lanjutan dan menyesuaikan materi sesuai dinamika pasar digital yang terus berkembang. Hal ini juga penting untuk memastikan bahwa masyarakat tidak hanya memahami konsep digital marketing, tetapi juga mampu mengimplementasikan dan mengadaptasi strategi pemasaran secara mandiri.

Dengan demikian, penyuluhan digital marketing marketplace ini tidak hanya sekadar meningkatkan pengetahuan, tetapi juga menjadi fondasi pengembangan kapasitas ekonomi dan kesejahteraan keluarga yang lebih inklusif dan berkelanjutan di wilayah Air Abang. Implementasi yang konsisten dan didukung dengan kebijakan strategis akan memperkuat daya tahan ekonomi masyarakat sekaligus berkontribusi pada pengurangan angka stunting melalui peningkatan pendapatan keluarga.



Gambar 4. Sesi tanya jawab oleh pemateri

Metode Ceramah dipilih berdasarkan beberapa riset yang membuktikan efektifitas metode ceramah antara lain: Pemantik dapat berinteraksi langsung dengan audiens, dapat memberikan penjelasan bahan pelajaran yang sukar dalam waktu relatif singkat, serta menumbuhkan minat belajar dari sumber lain. Selain itu dengan metode ceramah juga pemantik dapat mengkaitkan isu hukum yang sedang trend sebagai bahan ajar agar lebih mudah dipahami oleh audiens.

Selain Ceramah, Pengabdian masyarakat juga menggunakan diskusi interaktif yang memiliki beberapa keunggulan yaitu, pada saat pembelajaran masyarakat pekon Air Abang ikut berpartisipasi secara langsung, serta ketika didalam ruang masyarakat pekon Air Abang tidak merasa jenuh, suntuk serta mengantuk ketika pemaparan materi berlangsung karna selain memaparkan materi juga memberikan sesi tanya jawab yang seru agar masyarakat pekon Air Abang dapat mudah memahamai materi yang diberikan.

Melihat besarnya manfaat dari kegiatan pengabdian masyarakat ini, Pelaksanaan kegiatan perlu diarahkan langsung pada masyarakat pekon Air Abang tidak hanya berhenti disini akan tetapi ada keberlangsungan kegiatan lanjutan secara intensif oleh pihak aparat desa pekon Air Abang, Pengenalan materi penyuluhan ini sangat penting agar masyarakat pekon Air Abang dapat memiliki kesadaran mengenai penting nya digital marketing berbasis marketplace mampu mengenali dan menggunakan aplikasi serta strategi digital marketing yang telah di ajarkan lalu di kembangkan oleh masyarakat pekon Air Abang serta mengetahui langkah-langkah yang dapat diambil apabila mereka mengalami masalah pada

pengaplikasian yang mereka lakukan pada pemasaran digital berbasis marketplace.

Pemanfaatan digital marketing secara optimal akan membawa sejumlah keunggulan dan kemajuan bagi pengembangan usaha. Temuan yang sama pada penelitian (Viswanathan & Telukdarie, 2021) yang menunjukkan bahwa digitalisasi UMKM dapat meningkatkan produktivitas, mengurangi biaya, dan memperluas cakupan inovasi melalui model bisnis baru. Berdasarkan hasil dan pembahasan di atas, dapat disimpulkan bahwa penyuluhan *digital marketing marketplace* yang menggunakan metode ceramah ini sangat efektif. Program ini tidak hanya berhasil meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam pemasaran digital, tetapi juga memberikan dampak nyata terhadap peningkatan pendapatan keluarga dan secara tidak langsung berkontribusi pada upaya pencegahan stunting. Keberhasilan ini menunjukkan bahwa program pengabdian masyarakat yang terintegrasi antara penguatan ekonomi dan kesehatan memiliki potensi besar untuk menciptakan perubahan yang berkelanjutan.

### **Kesimpulan**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat "Penyuluhan Penyuluhan Digital Marketing Marketplace Terhadap Masyarakat Sebagai Program Unggulan Untuk Pemasaran Gula Aren Dalam Mendukung Pendapatan Keluarga dan Pencegahan Stunting di Air Abang Ulu Belu Tanggamus" Melalui metode ceramah serta diskusi interaktif telah berhasil meningkatkan pemahaman siswa dalam mengenali tindakan kekerasan seksual. Hasil Pre Test yang dilakukan sebelum sosialisasi menunjukkan 74% tidak memahami isu tersebut. Namun, setelah diberikan sosialisasi yang sistematis dan berbasis Digital Marketing, pemahaman Masyarakat pekon Air Abang meningkat secara signifikan, ditandai dengan hasil Post test 82% Pemahaman mereka meningkat mengenai Digital Marketing berbasis marketplace dan strategi pemasaran digital yang efektif. Faktor-faktor yang menyebabkan rendahnya pemahaman tersebut adalah kurangnya edukasi yang sistematis dan berbasis Digital Marketing dan kurangnya keinginan Masyarakat untuk mempelajari digital marketing serta strategi pemasaran digital. Rendahnya pemahaman Masyarakat terkait Digital Marketing serta minimnya keterlibatan langsung dalam kegiatan dalam kegiatan edukatif berbasis Digital Marketing. Dengan meningkatnya pendapatan dari penjualan gula aren secara online, masyarakat diharapkan memiliki kemampuan ekonomi yang lebih baik untuk memenuhi kebutuhan gizi keluarga, yang secara tidak langsung mendukung upaya pencegahan stunting di wilayah tersebut. Oleh karena itu, program ini layak dijadikan program unggulan yang berkelanjutan

dengan pendampingan dan pelatihan lanjutan agar masyarakat semakin mandiri dan adaptif terhadap perkembangan teknologi digital.

### **Ucapan Terima Kasih**

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Universitas Malahayati dan LPPM atas dukungan dalam pelaksanaan program ini. Terima kasih juga disampaikan kepada Pemerintah Pekon Air Abang, Kecamatan Ulubelu, Kabupaten Tanggamus, serta masyarakat yang telah berpartisipasi aktif. Apresiasi diberikan kepada dosen pembimbing, pemateri, dan tim mahasiswa KKL-PPM Kelompok 55 Universitas Malahayati atas kerja sama yang baik. Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada semua pihak yang turut membantu sehingga kegiatan ini dapat berjalan lancar dan bermanfaat

### **Daftar Pustaka**

- Arif, S., Isdijoso, W., Fatah, A. R., & Tamyis, A. R. (2020). Tinjauan strategis ketahanan pangan dan gizi di Indonesia. *Jakarta: SMERU Research Institute*.
- Arifin, A., Winarno, U., & Badrudin, A. (2025). Inovasi Teknologi Guna Meningkatkan Produktivitas Dan Daya Saing Umkm Dalam Rangka Ketahanan Ekonomi. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan, 17(2)*, 145–158.
- Baswara, S. Y., Widhiastuti, R., Dewi, E. N., Fathurrohman, M. D., Ali, N. F. U., & Niam, S. H. (2025). Optimalisasi Produksi Gula Aren Curah pada Industri Rumah Tangga di Desa Pasigitan, Kabupaten Kendal. *Jurnal Pengabdian Nasional (JPN) Indonesia, 6(1)*, 53–63.
- Ernawati, A. (2020). Gambaran penyebab balita stunting di desa lokus stunting Kabupaten Pati. *Jurnal Litbang: Media Informasi Penelitian, Pengembangan Dan IPTEK, 16(2)*, 77–94.
- Gobang, J., & Fil, S. (2024). Strategi Komunikasi Dalam Upaya Mengatasi Stunting Di Kabupaten Sikka, Provinsi Nusa Tenggara Timur. *Pendidikan Dan Masyarakat, 21*.
- Hasanah, N., & Monica, A. V. (2023). Pengabdian Kepada Masyarakat: Pemilihan Pendekatan, Strategi, Model dan Metode Pembelajaran pada Penelitian Tindakan Kelas. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Madani (JPMM), 3(1)*, 45–53.
- Kusnanto, K., Noviyanti, N., Gudiato, C., & Usman, U. (2024). Transformasi Sosial-Ekonomi di Masyarakat Pedalaman: Integrasi Teknologi dan Ketahanan Pendidikan Menengah Kebawah. *Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial, 10(2)*, 192–202.
- Manurung, M. (2024). Peran Marketplace dalam Meningkatkan Akses Pemasaran UMKM di Indonesia. *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics, 2(02)*, 74–81.
- Nurmalasari, Y., Anggunan, A., & Febriany, T. W. (2020). Hubungan tingkat pendidikan ibu dan pendapatan keluarga dengan kejadian stunting pada anak usia 6-59 bulan. *Jurnal Kebidanan, 6(2)*, 205–211.
- Parti, N. (2024). Efektivitas Metode Ceramah Dalam Pembelajaran Pendidikan Agama Hindu Dan Budi Pekerti Di SD Negeri 56 Krui Kabupaten Pesisir Barat. *WIDYALAYA: Jurnal Ilmu Pendidikan, 4(4)*, 267–277.
- Rosalia, A. R., Arifa, D. A., Arryanto, B. D., Fajri, W., Khomeini, K., Rachman, R. A., Asih, T. S., Kholik, F. A., Latif, M. G., & Akmalia, L. M. (2025). Edukasi Dan Inovasi Untuk Masa Depan Yang Lebih Cerah. *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat, 8(1)*.

- Saputri, S. A., Berliana, I., & Nasrida, M. F. (2023). Peran marketplace dalam meningkatkan daya saing UMKM di Indonesia. *KNOWLEDGE: Jurnal Inovasi Hasil Penelitian Dan Pengembangan*, 3(1), 69–75.
- Sofia, S., Suryaningrum, F. L., & Subekti, S. (2022). Peran penyuluh pada proses adopsi inovasi petani dalam menunjang pembangunan pertanian. *Agribios*, 20(1), 151–160.
- Solihah, E., Wahyudin, U., & Saepudin, A. (2025). *Inovasi Digital: Peran Aplikasi Interaktif dalam Meningkatkan Kompetensi Pendamping Calon Pengantin dalam Upaya Pencegahan Stunting*. Penerbit NEM.
- Umyati, S., & Fawzah, Y. A. (2025). Pengembangan Agroindustri Gula Aren sebagai Strategi dalam Pemberdayaan Ekonomi Masyarakat Lokal. *BERNAS: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(3), 2796–2800.
- Yuwanti, Y., Mulyaningrum, F. M., & Susanti, M. M. (2021). Faktor–faktor yang mempengaruhi stunting pada balita di Kabupaten Grobogan. *Jurnal Keperawatan Dan Kesehatan Masyarakat Cendekia Utama*, 10(1), 74–84.
- ZAKARIA, M., Anita, A., & Agustia, D. (2025). Strategi Pencegahan Stunting melalui Edukasi dan Penguatan Ekonomi Keluarga: Kajian Literatur Kegiatan Pengabdian Masyarakat. *Proceeding National Conference of Research and Community Service Sisi Indonesia*, 1(1), 294–306.

